Principii ale comunicării religioase astăzi

Constantin NECULA

The religious community regardless of its faith and direction of worship bears the seed of restoring the pedagogy of the communication in the Information Age. Among its interests, the preservation of a coherent semiotics and a discreet mystagogy often surpassed by mediocrity and lack of education, require new appraisements, diagnosis and true solutions. Communication awareness and realism, as well as the increasing interest for honesty and education in order to limit idiosyncrasy to technology of those, who belong to the pure-religious branch, are means to restore the communication pedagogy.

Keywords: pedagogy, communication, religious community, information age, mystagogy

În încercarea de a sublinia liniile de forță ale misiunii creștine moderne, unul dintre cei mai cunoscuți misiologi români, Părintele Ion Bria, se întreba cui se adresează mărturia evanghelică, altfel spus cine sînt destinatarii comunicării religioase a Evangheliei astăzi. El scria: „Ar fi indicat să spunem că mărturia evanghelică este îndreptată către toate făpturile (*ktisis*) care suspină și care se trudesc în vederea înfierii și a răscumpărării (Romani 8,22). Mai înainte de toate, mărturia evanghelică a Bisericii se adresează omului care nu este creștin adevărat. Există mulți creștini din această categorie care au fost botezați și, totuși, L-au împiedicat pe Hristos să intre în sufletele lor, făcînd acest lucru fie intenționat, fie prin indiferență. Adeseori, astfel de oameni încă mai încearcă să găsească și să relateze, pe cît posibil, părerile lor din punct de vedere sociologic, cultural ori etnic comunității creștine. Reîncreștinarea creștinilor este o misiune importantă a mărturiei evanghelice a Bisericii. În consecință, mărturia evanghelică este, de asemenea, îndreptată și către cei care identifică în mod superficial creștinismul ortodox cu cultura națională. Noi nu putem fi mulțumiți cu un proces de indigenizare, care lasă multe dintre viețile noastre, din punct de vedere național și cultural, neatinse de duhul Evangheliei. Puterea transfiguratoare a Sfintei Treimi ne este dăruită cu scopul de a pătrunde în fiecare colț și ungher al vieții noastre. Cei care trăiesc în/sau care vin pe tărîmurile tradițional-ortodoxe sînt sensibili la această schimbare a mărturiei evanghelice” (Bria, 2015: 61). Părintele identifică apoi cîteva targeturi comunicaționale: creștinii simbolici – despre care amintește în citatul ales de noi drept prefață cercetării –, omenirea contemporană – marcată de un control de invidiat asupra condițiilor vieții –, instituțiile societății moderne – fiind necesară, în special, mărturia în numele săracilor și asupriților, Biserica fiind gura săracilor și asupriților. Exegetul problematicii comunicaționale în Biserică se întreabă cum să facem această comunicare, în ce mod ea poate fi realizată și corectată în favoarea unei comunicări vii, coerente și fructuoase. Pornind de la

BDD-A28325 © 2018 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza”
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 05:14:45 UTC)

cuvintele Sfîntului Apostol Pavel către Romani (10,12; 14-15), Părintele Bria concluzionează: „ ...acei ani marcanți ne îndeamnă să ne reanalizăm concepțiile metodelor mărturiei evanghelice. Pe de altă parte, este clar că propovăduirea singură nu este singura cale în care trebuie făcută mărturia evanghelică. În plus, în zilele noastre, numai simpla propovăduire nu poate fi mult timp cea mai bună cale a mărturiei evanghelice. Sfîntul Apostol Pavel nu ne spune ce trebuie să facem cînd Evanghelia propovăduită a fost respinsă sau, și mai grav, a fost pur și simplu ignorată! Pînă acum, de un lucru sîntem siguri: Sîntem trimiși de către Hristos să-I răspîndim mărturia și Adevărul Său mîntuitor la toată lumea" (Bria, 2015: 63).

Ceea ce spune Părintele I. Bria privește fondul construirii unei pedagogii specifice comunicării într-o lume specifică și constituită din progresii de sens imposibil de diagnosticat, deseori. Analize ample europene[1] combină analiza pastorală cu diagnoza sociologică și dezvoltă soluții de recalibrare a intervenției pastorale în folosul dezvoltării comunicării religiosului ca fapt al metafizicului codat în sistemul materialist, reconstruit fără dialectica necesară înțelegerii prin exemplaritate. Sîntem în plină epocă a *destructurării realului* (Bertrand Vergely), a *inovării prin ruptură* (Jean Pascal Derumier), în plină epocă a *dematerializării lichide* a sistemului de gîndire socială (Zigmund Baumann), a tehnologiilor radicale prin care manipulăm educația și cordialitatea receptorilor comunicaționali, indiferent de vîrstă, cu propriul lor suflet. Specialistul în neuroștiințe David Eagleman, analizînd nașterea noastră incompletă – ne naștem neajutorați, dar aceasta nu este o limitare, ci startul unei incredibile modelări în „circuitul viu" –, urmărește modul în care creierul nostru se modelează asemeni unei reliefări a statuii din blocul de marmură. El pornește analiza sa de la o observație a imediatului, de care comunicatorul creștin nu se poate lipsi: „ Într-o anumită măsură, procesul prin care devii cine ești este definit de eliminarea posibilităților care existau deja. Devii cine ești nu datorită elementelor care ți se dezvoltă în creier ci datorită elementelor care îți sînt îndepărtate. Pe tot parcursul copilăriei, mediul în care trăim ne cizelează creierul, pornind de la o sumedenie de posibilități și dîndu-i o formă care să corespundă lucrurilor la care sîntem expuși. Creierul nostru formează conexiuni mai puține, dar mai puternice. (...) Sîntem sculptați de lumea în care ne trezim" (Eagleman, 2018: 14-15). Teoria, oricît ar părea, nu e nouă. La noi, un pedagog ardelean, Dr. Petru Șpan este cel mai relevant exemplu. Veneau cu ea învățată de la Jena sau Viena, unde predau ucenicii lui F. Herbart (Ziller, Vogt sau Rein)[2]. În permanenta dislocare de cultură socială în care ne-am abătut contează

[1] Merită analizat contextul prezentat în volumul editat de Stephanie Schwenkebeker și Haunes Leitlein, *Generation Y. Wie wirglauben, lieben, hoffen*, NeuKircherer Verlag, 2017. Fie doar ca să vedem cum s-a născut conceptul de generație Y și în ce mod poate fi identificat profilul tînărului în contextul său, soluțiile propuse de diagnoza pastorală a momentului.

[2] În lucrarea *Întrebări de educațiune și instrucțiune. Studii pedagogice* (Sibiu, 1891), vorbește despre „utilitarismul în școală, societatea și educațiunea publică, individualitate în educațiune, sciința în școlă și afară de școlă, cestiunea educațiunii femeii, sistemul gimnasial, escursiunile școlari,

BDD-A28325 © 2018 Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 05:14:45 UTC)

infinit mai mult judecata piezișă a opiniei generale decît analiza personală sau dialogul constructiv. Ceea ce te pune pe gînduri ca ascultător al tinerilor și țintă a întrebărilor lor este că mai bine de 60% din dilemele lor nu privesc religiosul ori viața religioasă, ci devenirea lor, dramatica lor lipsă de perspectivă. E mai simplu subiectul pentru tinerii care cred decît pentru necredincioși? Experiența îmi dovedește că nu. Pentru că niciunul nu își iau drept alibi al dilemei starea lor religioasă. Se încred/ sau nu în Dumnezeu, dar problema lor personală, înțeleg și unii și alții, are nevoie mai mult decît credință. Problematica legată de evoluția lor sexuală, de viața cotidiană în centre universitare ori în locuri de muncă (fie ele și multinaționale) obligă Biserica la reflecție și căutare de soluții, nu la dictare de soluții. Din dialogul cu tinerii am descoperit o preocupare permanentă a liderilor motivaționali din companii ce-și desfășoară activitatea în network-uri multi-plan pentru a implementa concepte ca egalitate de gen ori drepturi ale minorantelor sexuale cu o persuasiune ideologică de care Biserica nu are voie să se folosească. Ideologizările de genul acesta nasc frecvențe noi ale dezvoltări conceptelor religioase, desprind din tencuiala noilor construcții etice fîșii de libertăți incongruente logicii morale. Poate tînărul lupta cu astfel de influențe? Căutarea sa în Dumnezeu este doar un moft sau o reconfigurare a profilului sensului său uman? Greutatea clipei de acum în definirea profilului religios al omului (post) modern i se datorează inducției sociale, permanente aproape, a litigiului cu Dumnezeu. Nu este o noutate pentru comunicator aceasta[3]. El are obligația de a-și cunoaște turma, conglomeratul uman prin care are obligația libertății de a comunica Adevărul revelat. Omul iscoditor se îngrijorează și se tulbură permanent, fiindcă curiozitatea neacoperită de lucrarea duhului cercetării lăuntrice nu-l lasă niciodată să se liniștească. „ Este știut că spiritul epocii noastre este tendința de a reduce lucrul, de a crește plăcerea, de a face aproape să dispară creativitatea omului și – cel mai rău – de a face din praznicele Bisericii noastre zile de trîndăvie, folosite doar ca prilejuri de odihnă, relaxare, distracție și plăcere. Astfel, cu multă tristețe constatăm că duminicile și aproape toate praznicele bisericești pentru mulți dintre semenii noștri și-au pierdut scopul de vreme ce nu lucrăm, dar nici nu prăznuim. Ne odihnim trupește și ne întărim duhovnicește. Căci omul lui Dumnezeu prăznuiește dar nu trîndăvește fiindcă trîndăvia este semn de izolare, egoism și introvertire, pe cînd praznicul este părtășie la bucuria lui Dumnezeu, la bucuria sfinților și a Bisericii... Omul care nu greșește și nu eșuează nu-și are locul în Biserică. Și asta deoarece înseamnă că se preocupă doar de cele ușoare și încercate de alții. Biserica este spațiul celor ce eșuează, a celor care îndrăznesc spre noutate,

organisarea unui seminariu academic-pedagogic". Sînt idei de mare noutate pentru perioada respectivă și revenite astăzi în atenția cercetătorilor din domeniul pedagogiei.

[3] O provocantă soluție oferă Erik Flugge, *Der Jargon Der Betroffenheit – Wie die Kirche anihrer sprache verreckt*, Kosel-Verlag Munchen, 2016. Este una dintre cele mai realiste analize asupra nevoii de simplificare a abordării eclesiale în domeniul educației sociale, pe teme tensionate, activate prin lobby-ul creat de media.

BDD-A28325 © 2018 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 05:14:45 UTC)

frumusețe, revoluționar, ceea ce în cele din urmă duce la lucruri uimitoare și măreațe... Antidotul trîndăviei nu este preocuparea cu multe treburi și activitatea foarte intensă...să descurcăm viața noastră încurcată, s-o facem ușoară și liniștită. Creativitatea este cînd le descurci pe cele complexe și cînd le faci pe cele complicate simple..." (Macarie, 2017: 45-46, 48, 49).

Dacă este să identificăm astfel destructurările comunicării, în planul cunoașterii religioase, una dintre cele mai grave, sesizabile la nivelul comunicării interumane cu oglindire în comunicarea intra-parohială, un lucru care poate să apară banal cercetătorului social este pierderea răbdării în căutarea religiosului. Impactul acesteia nu este lipsit de interes pentru comunicator: „Cel ce nu are răbdare se refugiază în mediocritate și provizorat. Iar după aceea se pierde, căci omul nu este făcut pentru cele mediocre, ci pentru cele mari. Omul răbdător este cel ce se lasă cu nădejde în mîinile lui Dumnezeu și așteaptă să vină ceasul Domnului, pentru a împlini voia Lui. Iar ceasul acesta al Domnului poate să întîrzie și să fie nevoie, cu adevărat, de multă răbdare plină de nădejde pentru ca cineva să reziste. Însă după aceea constatăm că ceasul Domnului sosește atît de repede, încît nu există nimic pentru care ar merita să așteptăm cu mai multă tărie" (Macarie, 2017: 91). *Cum poți transmite o astfel de abordare a lumii celor care se închid la orice abordare?* În ce mod anume poți construi mesajul pentru ca el să atingă și să tensioneze pozitiv construcția discursului legat de religios dinaintea unei lumi care și-a pierdut coerența cunoașterii, într-o gravă derută legată de absorbția metafizicului. În ciuda lucrărilor tehnice legate de metalimbaj ori metacunoaștere, omul contemporan asumă, reducționist, terminologii și distincții care dovedesc lipsa unui fundament religios, o eludare inclusiv antropologică a cunoașterii religioase. De unde rezultă nevoia dezvoltării.

Trei par cheile prin care comunicarea poate să schimbe alonja unei comunități:

- Credința și smerenia.
- *Koinonia* și iubirea.
- Chemarea la dreptate și adevăr.

Pentru aceea, pedagogia comunicării religiosului are drept motivare restabilirea conștiinței cunoașterii religiosului, conținutului cel mai des adus în discuția publică și cel mai rar explicat. Socotim religiosul ca element fundamental discursului public în diverse ocazii de comunicare: atacuri teroriste, comentarii politice, morți ale unor personalități, accidente etc. Legat de zguduiri ale sistemelor de gîndire moderne, religiosul, definit prea des de specialiști pentru a-l mai diseca[4], alcătuiește astăzi conținutul multora dintre ceea ce numim a fi *fake news*. Unul

[4] Una dintre cele mai ample sinteze asupra evoluției religiosului în epoca antică, valabilă ca azimut metodologic, este a lui Charles Norris Cochrane, *Cristianesimo e cultura classica*, Bologna: Il Mulino, 1969. Nu e vorba doar de definiri ale religiosului, ci și de evoluția unui limbaj care să exprime filosofia cunoașterii lui Dumnezeu, care nu este creat de societatea modernă, oricît de mult s-ar strădui aceasta.

BDD-A28325 © 2018 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 05:14:45 UTC)

dintre specialiștii spanioli ai domeniului, Marc Amoros Garcia, identifică cele douăsprezece argumente pentru care credem în știrile false:

1. Pentru că *le credem* pur și simplu.
2. Pentru că *ne dau argumente*- rațiuni de a fi.
3. Pentru că *ne dezvoltă autostima.*
4. Pentru că *ne plac minciunile.*
5. Pentru că *le obținem fără să plătim pentru ele.*
6. Pentru că *ne plac foarte mult* – chiar ne dezamăgim cînd sînt descoperite ca fiind false.
7. Pentru că *ne bruschează conștiințele* – pe vremuri consumarea știrilor era un act voluntar, acum ele ne inundă informațiile generale sub forma, deseori falsă, de breaking-news.
8. Pentru că *nu ne interesează de unde vin* – altădată erau citate cărți, ziare, cercetări. Acum Agenții, foarte des impersonale, pot produce orice știre.
9. Pentru că sînt înșelătoare – prin amestecul de real și minciună într-un dozaj care ne incită.
10. Pentru că sînt *emoționante.*
11. Pentru că *te determină să le împarți*, să le *împrăștii*, să le *distribui* cu obstinație chiar.
12. Pentru că se *profită de neîncrederea noastră în jurnalism* (Garcia, 2018: 86-91).

La prima vedere conștientizăm că o pedagogie a comunicării religiosului trebuie să țină cont de toate aceste și totuși nimic din toate acestea să nu o atingă. Cum e posibilă o construcție de gen, în care să primeze numai comunicarea Adevărului revelat fără atingerea paroxismelor care intoxică viața cotidiană? Fixarea comunicării în marja științelor pedagogice înseamnă o limitare forțată a comunicării sau, mai grav, o cenzură a dreptului la exprimare a omului, inalienabil și totuși mereu fragil?

Sîntem în plină eră a incertitudinii comunicaționale. Nucleul dur al logicii media – și prin aceasta structura profundă a diagnozei pedagogice în ce privește comunicarea – este afectat. *Semiologia* s-a erodat în semnalizare incongruentă. Este suficient să citim burtierele știrilor Tv și să ne închipuim ce înțeleg persoanele cu deficiențe de auz din știri. Alarmismul căutat, duce la o continuă accelerare a izolării umane, a culturii spaimei, meta-fricii. *Pragmatismul* este eludat prin tehnologizarea inactivității ca formă de comunicare, aproape lipsită de sens. *Imaginarul* este un bestiar estetic în permanentă distribuție de negativ. A opune iconologia Bisericii, de exemplu, acestui imaginar poate să aibă foarte mici șanse de izbîndă nu pentru că nu ar avea forța ce se naște din sfințenia icoanei și a prezenței Harului lui Dumnezeu, ci pentru că specialiștii în comunicarea socială a evenimentului sînt orientați mereu spre caricaturizare ca formă de reducere a sacrului la cheia secularistă a acțiunii. *Sistematizarea* comunicării, aspect tehnic,

BDD-A28325 © 2018 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza”
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 05:14:45 UTC)

dar necesar noilor definiri în pedagogia media, de exemplu, propune o analiză pe viață și pe moarte: posedăm media sau media ne posedă pe noi. Sîntem deja într-o lume a maniheismului cultural și soluția pare că vine din interdisciplinaritatea în care sîntem obligați să regîndim comunicarea (v. Bougnoux, 2001: 8-9). Omul gîndește asupra omului întorcîndu-se la o semiologie arhaică, un soi special de revitalizare a artefactelor comunicaționale: mesajele scrise, emoji, sms-uri formate numai din litere etc. Pot ele comunica religiosul? Răspunsul este mai simplu decît credem. Cîtă vreme pot comunica sau provoca emoții și descrie sentimente, poartă cu sine și capacitatea de a genera comunicare religioasă.

Care ar fi prioritățile unei pedagogii ale comunicării religiosului? Mai întîi o relaxare a explicației mistagogice, o realfabetizare privind sensurile religioase ale ritualurilor care îmbibă noile culturi ale comunicării. Numai neatenția noastră nu reușește să discearnă în semiotica Internetului, de pildă, liniile vechilor iconologii și fidelitatea vechilor credințe. Urgența zero ține de restabilirea liniilor unei retorici religioase active ca formă de gîndire. Reducțiile la care a fost redusă retorica – un soi de Cenușăreasă în casa vorbirii, unde a fost înlocuită de știința alcătuirii mesajelor publice ori arhivarea ei aproape muzeală în structuri de vorbire publică profesionalizată – obligă la o regîndire a ei. O serie de specialiști identifică nevoile acestei reformulări de profil:

- Readucerea retoricii în spațiul universitar ca „materie" inclusă în fundamentul educației.
- Renașterea teoriei artei retorice ca efort de cultură, cunoaștere și activitate rafinată în efort de gîndire.
- Evitarea confuziei între *verosimil* cu *posibil de gîndit* ori *preferabil.*
- Evitarea reducerii limbajului la vorbărie (ca stil și formă de exprimare).
- Refuzul reducerii tropologiei retorice la tropologie literară.

Reîntoarcerea retoricii în funcția sa socială, de susținere a vieții și comunicării umane devine astfel una dinte prioritățile pedagogiei comunicării religioase (v. Ramirez, 2017: 13-29).

Pentru teologi, care presupunem că ar trebui să fie principalii comunicatori ai religiosului, merită amintită o dilemă propusă de Lucian Cristescu în cea mai nouă propunere de curs de comunicare publică și omiletică venit dinspre o cercetare interdisciplinară, din altă confesiune decît ortodoxă. Pornind de la întrebarea *Predicator sau comunicator?*, autorul subliniază: „Nu este oare predicarea o formă de comunicare? Și poate predicatorul să fie și comunicator? Confuzia este îndepărtată îndată ce se clarifică noțiunile de „predicator" și „predică" în percepția *tradițională*. Timp de secole, predicatorul era una dintre figurile proeminente ale protipendadei, respectat și curtat chiar de puterea civilă. Predicarea acestuia de la amvon era plină de emfază, iar cuvintele lui erau primite ca venite din gura lui Dumnezeu. El avea ultimul cuvînt în cele veșnice, ba chiar în cele pămîntești. Predicarea lui se caracteriza prin:

BDD-A28325 © 2018 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 05:14:45 UTC)

1. Abordarea autoritară, de sus, de la înălțimea amvonului, către vulgul neinstruit de jos.
2. Adresarea unilaterală, de tip monolog, ca o „șosea cu sens unic". Predicatorul era preocupat doar să dea, fără să simtă nevoia de a primi semnale din partea auditorului.
3. Adresare la modul general. Predica se adresa masei nedefinite de oameni, nu individului.
4. Difuzarea de mesaje teologice generale, de cele mai multe ori nerezonante și nesincrone cu nevoile specifice ale comunității și ale indivizilor. Comunicarea, în schimb, se deosebește fundamental de modelul predicii tradiționale. Ea presupune din start doi subiecți. Este ca o „șosea cu două sensuri". Comunicarea constă în a primi și a *da*. Iar între „a spune" și „a asculta" primatul îl are întotdeauna „ascultarea". Dacă lucrul acesta este valabil privind comunicarea în general, el devine imperativ cînd este vorba de predică – instrument activ în planul salvării păcătosului" (Cristescu, 2016: 33-34).

Chiar dacă pare că pedagogia comunicării privește din ce în ce mai puțin predica, respinsă drept prea dogmatică ori dogmatistă – ca să precizăm corect incorectul limbaj al presupusului partener de dialog al propovăduirii, omul influențat de cultura media (ori *googlelizat*) –, trebuie să remarcăm că, în foarte multe cazuri, rămîne singurul mod în care societatea este penetrată de mesajul religios. Privind, din acest punct de vedere, asupra comunicării gîndirii teologice, ori legate de teologia religiei, comunicatorul poate și trebuie să țină cont de tensiunea spre fundamentalism a vremii pe care o traversăm. O analiză recentă, propusă de părintele Nicolae Achimescu, identifică aspecte importante legate de fundamentalism, care decuplează comunicarea de un fundament real spre elementele unui blocaj de comunicare deosebit de greu de depășit. El consemnează, într-o amplă analiză asupra postmodernității: „După cum este cunoscut, ca atitudine, mentalitate și raportare la istorie și progres, alteori ca tentație a refugiului în trecut și negare într-un fel a prezentului și viitorului, *fundamentalismul,* acolo unde este prezent, afectează serios Biserica și mesajul ei, în vreme ce receptarea întîrziată a Modernității reprezintă probabil cea mai mare provocare pentru unii teologi și credincioși în contemporaneitate. Un corespondent al fundamentalismului religios îl constituie un fel de „fundamentalism" al Modernității, alimentat de existența celui dintîi și pe care îl justifică prin pozițiile sale de multe ori extreme. Acest „fundamentalism" secular, laicist, se caracterizează printr-o interpretare unilaterală și determinstă, exclusiv seculară, atît a societății, cît și a persoanei, precum și prin încercarea de a omogeniza oamenii în funcție de modelul „secular", împotriva voinței lor. Un atare „fundamentalism" al Modernității are tendința permanentă de a interpreta lucrurile în termenii univoci, în alb sau negru, considerînd, chiar și astăzi, că între religie (care ar reprezenta în continuare doar fanatismul, înapoierea și obscurantismul), pe

BDD-A28325 © 2018 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 05:14:45 UTC)

de o parte, și societatea sau ideile moderne (reprezentînd exclusiv libertatea, inovația și progresul), pe de altă parte, ar exista o ruptură fundamentală și definitivă. Fundamentaliștii moderniști interpretează teologia și Biserica în sensul unui spațiu conservator și monolitic, iar modernitatea sau secularul drept apogeu al democrației, libertății și drepturilor omului. O asemenea viziune ignoră faptul confirmat de experiență că în ambele direcții, respectiv cea a religiosului și secularului, există tot felul de curente, de multe ori antagonice, la fel de bine cum există și persoane cu păreri, sensibilități și percepții dintre cele mai diferite cu privire la probleme care țin, de pildă, de dialog, de coexistența cu celălalt, de justiția socială etc" (Achimescu, 2013: 495-496). Pentru analistul în comunicare socială, efortul Bisericii de a face față unor provocări de disjuncție comunicațională – atacul la *Ora de religie*, bunăoară – oferă un motiv de interogare, modificările de sistem comunicațional fiind remarcabile. Rămîne să reprofilăm comunicarea pe o atentă construcție a sincerității publice, de lipsa căreia suferă enorm societatea modernă românească (și nu numai), corpul comunicațional (jurnal Lumina, Agenția Basilica, radio-televiziunea Trinitas, sectorul de relații media) dezvoltînd obligatoriu cîteva linii de profil comunicațional, preluate din exercițiul catehezei patristice și reactualizat de cercetătorii contemporani:

- Contextualizarea răspunsului public.
- Ieșirea în „confruntare" pornind de la opinia celuilalt – fără a-l provoca extrem și pe motive legate de viață particulară.
- Să nu uite de construcția unui limbaj apologetic decent și viu.
- Să accepte diversitatea ca un cîntec pe mai multe voci, neacceptînd că lipsa unei partituri unitare reprezintă principiul unic necesar al alterității.
- Întoarcerea la confruntarea cu argumente, bazată pe principiile alternanței în dialog (v. Reichert, 2013: 53- 63)

Acestea toate ne duc cu gîndul la restabilirea prin efort de unică direcție, dinspre Biserică (respectiv comunicator religios) către media și ramificațiile sale sociale. Sîntem, de foarte mult timp, martorii transformării platourilor de televiziune ori a coloanelor de ziar în elemente de receptare – adesea foarte deformată – a mesajului religios. Efortul eludării subiectului religios pozitiv a privat de adevăr o serie de evenimente ale Bisericii (întîlniri ale tinerilor, acțiuni de intervenție socială, participări la cultură), dezvoltînd o cultură comunicațională monofazică (așa numitele subiecte de *rating pe timp de vară*: cazurile Pomohaci și Corneliu Bîrlădeanul...) ori chiar violent împotriva comunicării ca tare (cazul profesorului de religie de la Copșa Mică, primăvara lui 2018). Nu, morala știrilor – din nefericire cel mai des mijloc de informare în ce privește religiosul – nu este una negativă, alcătuită numai din prohibiri și descurajări ale creativității. Din contră, morala în domeniul comunicării este pozitivă, capabilă să răspundă în cel mai corect mod posibil la dreptul oricui de a fi informat și de a folosi această informație la construirea propriului destin. Are ca țintă responsabilizarea comunicatorului, dar

BDD-A28325 © 2018 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 05:14:45 UTC)

și a receptorului care nu poate fi indiferent vieții reale, în care comunicarea este inserată cu maximă eficiență tehnologică (v. Casillo, 1974: 204-205).

Problematizată la zi, morala comunicării are nevoie de constituirea unei pedagogii dinamice, atente la riscurile destructurărilor de sens ale lumii moderne. Cum educăm noua generație pentru un univers digital?[5] Această preocupare se traduce pentru comunicatorul religios într-o provocare pe măsură: Cum face să fie semnificativă comunicațional prezența religiosului pe Internet?[6] Fără să uite de capcanele unei astfel de provocări, refuzînd tehnologizarea mediatizării ca formă de mediocrizare. Un aspect de morală a comunicării, detaliat de Jean-Claude Larchet, este legat de dezintegrarea culturii prin cîteva fragilizări impuse prin tirania comunicării:

- Reducerea calității și fiabilității informației.
- Nivelarea culturală (Wikipedia, academia.edu).
- Iluziile unei culturi și inculturări prin Internet.
- Iluziile școlarizării prin Internet.
- Efectele negative asupra lecturii.
- Destructurarea operei.
- Felierea produselor culturale .
- Efectele negative asupra scrisului.
- Pagube colaterale produse editurilor și creației intelectuale (v. Larchet, 2018: 42-88).

Dinaintea unor astfel de provocări, adevărate patologii ale spiritului, cum poate reacționa comunicatorul religios dacă este lipsit de exigențele unei pedagogii a cuvîntului scris și rostit? Sintonia cu auditoriul e suficientă ori mai degrabă este nevoie să meșterim (în sensul *maieutic*) atent conținuturile, mai ales acolo unde orice fel de greșeală de conținut duce la abatere de la mărturisirea de credință ori chiar erezie. Într-o vreme a saturației comunicaționale (v. Anolli, 2010: 4-5) nu de la conținuturi vine saturația, ci din lipsa lor, din inconstanța conținuturilor propuse în spațiul cunoașterii sociale. Clișeele recurente din discursul prin care, de exemplu, secularișstii atacă religiosul (lipsa culturii înalte la oamenii credincioși, retardul în dezvoltarea tehnic-tehnologică, opoziția dintre știința „adevărată" și credință, caricaturizarea ritualului creștin ori a evlaviei, decredibilizarea moralei creștine prin excedarea exemplelor negative din viața religioasă ș.a) nu pot fi anulate prin aceeași metodă, făurind atacuri la clișee prin clișee fundamentaliste. Manipularea subiectului religios împotriva oamenilor cu oarecare convingere religioasă nu este o noutate. Exemplul cel mai aproape de noi, amintit deja anterior, atacul la predarea religiei în școala românească, ne-a descoperit o fragilitate a

[5] A se vedea lucrarea realizată de Susana Lluna și Javier Pedreira „Wicho" (coordinatores). 2017. *Los nativos digitales non existen. Como educar a tus hijos para un mundo digital*, ed. 2, Ediciones Deusto.

[6] Sinteza problematicii în Juan Rubio Fernandez. 2013. *Evangelizar en el planeta digital. Como hacer significativa nuestra presencia en Internet*, Madrid: PPC Editorial.

BDD-A28325 © 2018 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 05:14:45 UTC)

relațiilor colegiale din cancelariile școlare, o disfuncție a comunicării școală – părinți, dar și o izolare prea îndelungată între școală și parohii, ca unități de cult ale bisericii. O disfuncție a comunicării sociale, asupra educației integrative, a fost comutată în spațiul comunicării religiosului de oameni care, s-a vădit, nu aveau niciun fel de convingeri religioase, aferenți unor orizonturi educaționale alternative lipsite tocmai de o pedagogie a cunoașterii religioase. Tendința de a generaliza conflictul secularism / ora de religie s-a observat în încercarea de a opune religia celorlalte ore din programă, cu probleme știute în aprecierea copiilor, au trimis dialogul posibil spre o manipulare grosieră. Numai verticalitatea morală, sinceritatea argumentelor și asumarea greșelilor de sistem pot reconstitui o pedagogie a comunicării prin care subiectul religios să se mai strecoare în cultura generațiilor de azi și viitoare. Obligația mediului religios de a-și crește oamenii de comunicare este extrem de importantă, dar nu trebuie uitat că inflația de informații religioase ucide în aceeași măsura cultura vie, charismatică a comunicării. Avem nevoie să identificăm calea de mijloc, a retoricii care anulează retorismul ieftin. Prin efort și asumarea culturii.

Bibliografie generală

Achimescu, Nicolae. 2013. *Religie, modernitate și postmodernitate*, București: Editura Trinitas

Anolli, Luigi. 2010. *Prima lezione di psicologia della comunicazione*, Roma-Bari: Editori Laterza

Bougnoux, Daniel. 2001. *Introduction aux sciences de la communication*, Paris: Ed. La Decouverte

Bria, Preot Ion. 2015. *Mergi în Pace! Perspective ortodoxe în misiune*, Alba Iulia: Editura Reîntregirea

Casillo, Pasquale. 1974. *La Morale della notizia. Notizia , giornalista e recettore a confronto negli instrumenti della comunicazione sociale*, Edizioni Paoline

Cochrane, Charles Norris. 1969. *Cristianesimo e cultura classica*, Bologna: Il Mulino

Cristescu, Lucian. 2016. *Introducere în Comunicarea publică și Omiletică*, Pantelimon: Editura Viață și Sănătate

Eagleman, David. 2018. *Creierul povestea noastră*, București: Humanitas

Fernandez, Juan Rubio. 2013. *Evangelizar en el planeta digital. Como hacer significativa nuestra presencia en Internet*, Madrid: PPC Editorial

Flugge, Erik. 2016. *Der Jargon Der Betroffenheit – Wie die Kirche anihrer sprache verreckt*, Munchen: Kosel-Verlag

Garcia, Marc Amoros. 2018. *Fake News- La Verdad de las noticias falsas*, Barcelona: Platforma Actual

Larchet, Jean- Claude 2018. *Captivi în Internet*, București: Editura Sophia

Lluna, Susana și Pedreira „Wicho", Javier (coordinatores). 2017. *Los nativos digitales non existen. Como educar a tus hijos para un mundo digital*, ed. 2, Ediciones Deusto

Macarie, Episcop de Hristopoulis 2017. *Doamne și Stăpânul vieții mele...Texte de trezire sufletească*, Galați: Editura Egumenița

BDD-A28325 © 2018 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 05:14:45 UTC)

Necula, Pr. Constantin. 2015. *Pe cine incomodează ora de Religie. Între datul Legii și darul lui Dumnezeu*, Sibiu: Editura Agnos

Ramirez, Jose Luis. 2017. *La Retorica como forma de Pensamiento*, în vol. *Retorica y Religion en las tres Culturas* (Jesus Garay y Alejandro Colete eds.), Sevilla: Editura Themata

Reichert, Jean Claude. 2013. *Linguaggio e linguaggi in catechesi. A proposito dellegame unitivo*, în vol. *Equipe Europea di Catechesi, Linguaggioe linguaggi nella catechesi* (a cura de Enzo Biemmi e Giuseppe Biancardi), Torino: Elledici

Schwenkebeker, Stephanie și Haunes Leitlein. 2017. *Generation Y. Wie wirglauben, lieben, hoffen*, NeuKircherer Verlag

Șpan, Dr. Petru. 1891. *Întrebări de educațiune și instrucțiune. Studii pedagogice*, Sibiu

BDD-A28325 © 2018 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza”
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 05:14:45 UTC)